

ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ МЕХАНІЗМІВ МАРКЕТИНГУ

І.О. Геращенко, к.е.н., доц.

М.С. Пантелєєв, к.т.н., доц.

М.М. Литвиненко, магістрант

Для формування економічних механізмів маркетингу (ЕММ) слід

визначитися з рівнем маркетингових цілей, терміном «механізм» в економічних дослідженнях та концепцією формування економічного механізму маркетингу.

Рівень маркетингових цілей. Формування ЕММ обумовлене рівнем (ієрархією) стратегічних завдань маркетингу в забезпеченні реалізації маркетингових цілей. Таким чином, можна виокремити економічні механізми маркетингу різних рівнів - механізми стратегічного маркетингу, механізми стратегії маркетингу й механізми маркетингових стратегій.

Перший рівень. Стратегічний маркетинг - форма реалізації філософії маркетингу, вираженої в цілеспрямованій діяльності організації на досягнення конкурентної переваги, головною ідеєю якої є ідея про те, що необхідно прагнути управляти не тільки виробництвом, але й попитом. Тип стратегічного маркетингу визначається довгочасними характеристиками позиції підприємства на ринку.

Другий рівень. Стратегія маркетингу - тип діяльності підприємства, спрямований на досягнення стратегічних цілей, обумовлений кон'юктурою ринку й позицією на ньому підприємства, і реалізований за допомогою системи маркетингових стратегій. Тип стратегії маркетингу визначається довгостроковим станом кон'юктури ринку й власними можливостями.

Третій рівень. Маркетингові стратегії - спрямуванні дії по окремих елементах маркетингу-мікс, націлені на реалізацію обраної стратегії маркетингу. Маркетингові стратегії являють собою результат маркетингових рішень. Маркетингові стратегії визначаються короткостроковими характеристиками кон'юктури й типом стратегії маркетингу.

Сучасні погляди й тлумачення категорії «економічний механізм». Суб'єкти господарювання, які діють на ринку, взаємодіють між собою, з державою, з іншими суб'єктами ринку. Їх взаємодію забезпечують певні механізми. В економіку поняття механізму прийшло з техніки, тому що виникла потреба в описі соціальних і виробничих процесів у їхній взаємодії. У даній аналогії важливою є можливість одержання руху, виграшу в зусиллі, переміщенні, використанні енергетичних ресурсів для одержання позитивного ефекту.

У сучасних економічних дослідженнях як вітчизняних, так і закордонних авторів, наводяться різні визначення терміну механізм. Можна зустріти такі поняття, як ринковий механізм, господарський механізм, організаційний механізм, фінансовий механізм, ціновий механізм, політичний механізм, механізм антикризового управління й ін. [1–8]. Це характеризує багатоаспектність терміну «механізм», його значення для економічної науки в цілому.

Лауреати Нобелівської премії з економіки (нагороджені за "основний внесок у теорію економічних механізмів" - 2007 р.) Л. Гурвіц, Р. Майерсон і Э Маскин запропонували досліджувати децентралізовані ринкові механізми - і для того, щоб зрозуміти, як і чому реальні ринки збирають і передають інформацію, і для того, щоб можна було створювати спеціальні механізми для вирішення конкретних проблем. Основним їхнім внеском в економічну науку є

сама концепція економічного механізму, демонстрація необхідності формального моделювання передачі інформації в економічних процесах, системах і в рамках різноманітної інформації індивідуальних суб'єктів, яка вимагає агрегування. Ними запропонована мова для такого аналізу, у тому числі введене поняття механізму й умови сумісності стимулів, виявлені основні напрямки дослідження механізмів, зокрема в рамках дискусії про важливість децентралізованих механізмів. Відповідно до їхніх представлень саме загальне визначення, яке можна застосувати до будь-якої взаємодії між економічними суб'єктами, розглядає таку взаємодію як стратегічну гру й називає механізмом саму форму гри. Гра - цей опис того, як можуть діяти гравці (економічні суб'єкти) і до чого приведе будь-який набір дій [9].

Розглядаючи формулювання, запропоноване Л. Гурвіцом, визначає механізм як взаємодія між суб'єктами й центром, що полягає із трьох стадій: кожний суб'єкт у приватному порядку посилає центру повідомлення m_i ; центр, одержавши всі повідомлення, обчислює передбачуваний результат: $Y = f(m_1, \dots, m_n)$; центр повідомляє результат Y та, при необхідності, перетворює його в життя.

Детальний аналіз основних підходів до визначення поняття «економічний механізм», проведений А. Бичкової показує, що різні визначення терміну «механізм» в основі своєї мають загальне: механізм - це множина взаємозалежних елементів, які надають руху об'єкту. При цьому виділяється два підходи: механізм може розглядатися як сукупність елементів, що впливають на розвиток об'єкта, і як взаємозв'язок і взаємодія елементів, що забезпечують розвиток об'єкта [10].

У першому підході механізм, як інструмент впливу, характеризує процес управління яким-небудь об'єктом. Структура такого економічного механізму включає наступні елементи: об'єкт - це керований елемент, який змінюється під дією центру управління в бажаному для останнього напрямку; центр - це керуючий елемент, що здійснює вплив; суб'єкти механізму - це носії предметно-практичної діяльності (індивід або група індивідів), які приймають участь у роботі «механізму»; алгоритм «роботи» механізму, який представляє собою сукупність функцій керуючих впливів і методів і способів досягнення цілей управління; параметричний опис планованих результатів, що характеризують стадію розвитку об'єкта; умови, що сприяють або перешкоджають «роботі» механізму, або фактори, здатні змінити алгоритм «роботи» механізму; прийняті до аналізу допущення або обмеження застосування механізму, при яких можливе досягнення цільової ефективності.

Опис механізму управління крім опису вищенаведених елементів додатково повинен включати характеристику мови опису - логіко-аналітичного, графічного, математичного та ін., а також характеристику цільової функції, для реалізації якої створюється механізм [10].

Другий підхід до визначення поняття «економічний механізм» укладається у визначенні механізму як інструмента взаємодії суб'єктів. Такий механізм визначає принципи й послідовність виконання певних дій між різними

суб'єктами, наприклад: механізм параметричної координації взаємодії в системі постачальник - замовник; система антикризового управління на промислових підприємствах - механізми участі трудового колективу; інституціональна складова ефективної взаємодії малого і великого бізнесу в системі регіональної економіки - форми, моделі, механізми; моделі й економічні механізми погодженої взаємодії в промислових комплексах; моделі й механізми управління міжкорпоративними взаємодіями в промисловому комплексі та ін. [10].

Деякі вчені розглядають визначення економічного механізму як певної послідовності взаємозалежних економічних явищ, який носить об'єктивний характер і може пояснювати деякий природний еволюційний процес розвитку розглянутого економічного явища. Вони розділяють економічні механізми на управлінські механізми, механізми взаємодії й механізми-закономірності [11–13].

На підставі розглянутих вище підходів до визначення поняття «економічний механізм», запропоноване наступне визначення економічного механізму: економічний механізм - це сукупність способів управління й взаємодії суб'єктів, цільовою функцією якого є раціональне господарювання й формування стійких закономірностей у розвитку економіки» [10].

Погоджуючись із багатогранністю поняття «економічний механізм», не можемо не відмітити високий ступінь термінологічної невизначеності поглядів як зарубіжних, так і вітчизняних вчених на механізми в економіці. Ми поділяємо точку зору А. Чаленко [14], що така термінологічна невизначеність неприйнятна для об'єктивних наукових досліджень, оскільки пропонувані визначення економічного механізму в понятійному визначенні близькі до процесу, у той час як у природничих науках механізм носить винятково ресурсне визначення. А. Чаленко відзначає, що це викликає значні труднощі, що виникають при економіко-математичному моделюванні: незрозуміло, що будувати – модель процесу або модель ресурсів процесу. Також є значні проблеми в побудові стійких логічних конструкцій у наукових дослідженнях і точних економічних розрахунках [14].

У дослідженні, наведеному в роботі [14] обґрунтовується доцільність використання в економіці поняття "механізм", запропонованого системними програмістами в рамках процесного підходу, на базі якого була розроблена методологія функціонального моделювання IDEF0, яка в 1993 році була прийнята в якості федерального стандарту США [15]. У документах, присвячених тлумаченню процесного підходу, пропонуються різні варіанти визначення процесів. По методології функціонального моделювання IDEF0 процес представляється у вигляді функціонального блоку, який перетворює входи у виходи при наявності необхідних механізмів (ресурсів) у керованих умовах.

Виходячи з представлень системних програмістів "механізм" - (перший елемент процесу) дозволяє за допомогою "управління" (другого елемента процесу) реалізувати функцію процесу – перетворити "вхід" в "вихід", як це

показано на рисунку 1. Таким чином, механізм є ресурсне забезпечення процесу, його речовинна частина й включає сукупність взаємозалежних елементів, "настроєних" на виконання функції процесу.

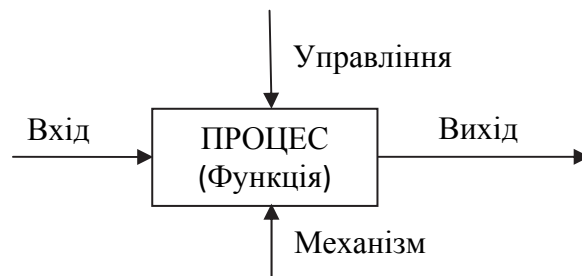


Рис. 1. Механізм як складовий елемент процесу

Дане поняття гранично конкретне, вільно від перерахованих недоліків існуючої економічної теорії, логічне пов'язане з основним поняттям «механізм» із природничих наук і може бути використане для одержання достовірних результатів економічного дослідження. У пропонованому контексті сутність економічного механізму визначена як сукупність економічних ресурсів і способів їх взаємодії для реалізації даного економічного процесу. Таке тлумачення поняття «механізму» в економіці дозволяє розв'язати проблему усунення термінологічної невизначеності й нечіткості міркувань.

У результаті проведеного зіставного аналізу ознак поняття «механізм» пропонуються наступні відмінні риси економічного механізму [14]:

1. Механізм не може існувати без процесу, тому що є його складовою частиною та направлений на виконання тільки процесних функцій.

2. Механізм не має власного керування, є наче б то «нерухомим» і перебуває в стані очікування управління процесом.

3. З'єднання механізму з управлінням представляє внутрішнє втримування процесу".

У даному понятті зроблене відмежування механізму від управління, тобто механізм представлений як керований ресурс процесу, тобто як вхідні до складу процесу ресурси й способи їх з'єднання.

Концепція формування економічного механізму стратегічного маркетингу. В основі концепції формування економічного механізму лежить модель реалізації процесу. Процесом стратегічного маркетингу є орієнтоване на ринок управління виробничо-збутовою діяльністю підприємства.

Щоб забезпечити успіх своєму підприємству, виробник повинен спочатку вивчити ринок, а вже потім налагодити випуск товару, відповідного до вимог цього ринку. При цьому підприємці не тільки пристосовуються до вимог ринку, але й самі формують запити споживачів. Тобто, з одного боку, в основі управління підприємством лежить орієнтація на ринок, з іншого боку - сама фірма впливає на ринок, намагається ним опанувати й управляти. Отже, в основі маркетингу лежить управління підприємством, виходячи з умов ринку, з метою опанувати ринком і управляти їм з боку фірми.

Підхід до маркетингу як до системи управління господарською діяльністю фірми на основі інформації про вимоги ринку може бути покладений в основу його визначення: маркетинг - це орієнтоване на ринок керування виробничо-збутовою діяльністю фірми.

У наведеному визначенні під управлінням виробничою діяльністю розуміється не управління виробничим процесом, а прийняття розв'язки по товарній політиці фірми, тобто по асортименту товарів (послуг), їхній кількості, якості, дизайну, конкурентоспроможності, по розробці й виробництву нових товарів та ін.

Під збутовою діяльністю, для стислості, розуміється як безпосередньо збут товарів і послуг, так і діяльність по просуванню їх на ринок.

З визначення випливає, що основними функціями маркетингу на фірмі є: комплексне дослідження ринку й перспектив його розвитку; управління розробкою й виробництвом товарів (послуг), що задовольняють вимогам ринку; управління збутом товарів (послуг) і просуванням їх на ринок.

Взаємозв'язок розглянутих вище основних маркетингових функцій на підприємстві представлена у вигляді моделі стратегічного маркетингу [16], яка відображена на рисунку 2.

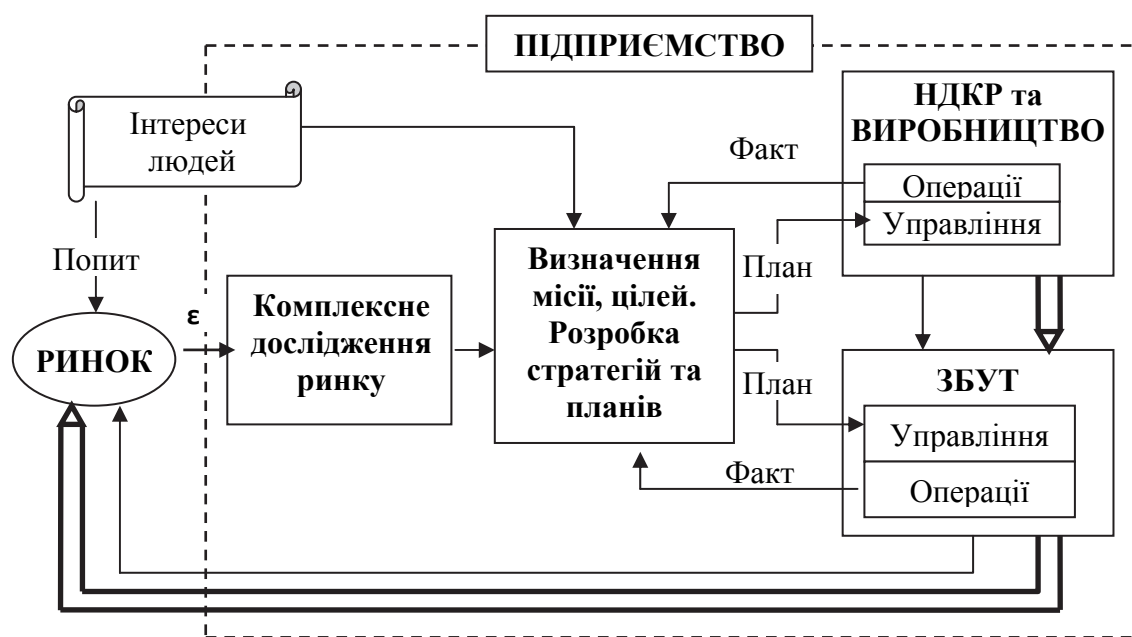


Рис. 2. Модель стратегічного маркетингу на підприємстві

Умовні позначки:

ε - неузгодженість між попитом та пропозицією;

— - інформаційні потоки;

—> - потоки товарів

Як бачимо з рисунку, маркетинг можна представити у вигляді системи управління зі зворотним зв'язком, що відслідковує споживчий попит. Ця

система, як видно з рисунку 2, складається із чотирьох взаємозалежних між собою блоків:

- 1) комплексне дослідження ринку (1);
- 2) стратегічне планування (2);
- 3) науково-дослідні і дослідно-конструкторські розробки (НДКР) і виробництва (3);
- 4) збут (4).

Інформація про ринок надходить у блок комплексного дослідження ринку, де обробляється й аналізується. Результати цього дослідження надходять у блок 2. Сюди ж надходять дані про виробництво із блоку 3 (для простоти розгляду НДКР і виробництво об'єднані в один блок) і дані про збутову діяльність із блоку 4.

У блоці 2 на основі комплексного дослідження ринку (споживчого попиту, конкурентів, покупців, товару та ін.) і перспектив його розвитку, аналізу можливостей і стану діяльності фірми визначається мета фірми й ресурси, необхідні для їхнього досягнення, вибирається найбільш прийнятна стратегія, розробляються укрупнені плани НДКР, виробництва й збуту. У цьому ж блоці ухвалюються розв'язки про те, на яких ринках фірма може досягати свої цілі, тобто які ринки необхідно досліджувати. Це - стратегічний рівень прийняття рішень.

Укрупнені плани НДКР і виробництва надходять у блок 3, збуту - у блок 4. У середині цих блоків плани розглядаються спочатку на управлінському рівні, де деталізуються й забезпечуються ресурсами, необхідними для їхнього виконання, потім - на оперативному, де уточнюються до окремих завдань і безпосередньо виконуються.

З моделі видно, що, як і будь-яка інша цілеспрямована діяльність, вона включає: збір вихідної інформації, постановку цілей, розробку стратегії й планів, оперативну діяльність, контроль.

Ефективність функціонування й взаємодії всіх цих видів діяльності у більшості залежить від якості їх інформаційного забезпечення. Від функціонування інформаційної системи залежить ефективність прийнятих рішень на всіх рівнях управління, ступінь адаптації фірми до зовнішнього середовища (що досить важливо в умовах змін, що відбуваються, цього середовища), надійність контролю всієї маркетингової діяльності.

Безумовно, розглянута модель є спрощеною. Наприклад, розглянута модель не відображає процесів прогнозування й формування споживчого попиту, а це суттєві елементи маркетингової діяльності. Проте, не розглядаючи конкретні форми організації роботи, модель розкриває сутність і основні функції стратегічного маркетингу будь-якого підприємства.

Далі необхідно здійснити конструювання макета економічного механізму. Під конструюванням макета економічного механізму розуміється будь-який гіпотетичний процес, який може бути адаптований для великої кількості економічних завдань і породжувати групу об'єднаних економічних ресурсів. Конструювання проводиться в наступній послідовності [14]:

аналізуються входи процесу, які являють собою наявні ресурси механізму;

аналізується вихід процесу – економічний механізм, – склад і взаємодія ресурсів, його основні параметри й характеристики, призначення, економічна ефективність, відповідність базовому процесу;

розробляється управління процесом: основні законодавчі, нормативно-правові акти, керівництво, програми, процедури, інструкції і т.д.;

формується ресурс процесу конструювання, у якості якого виступає бізнес-аналітик.

Діаграма конструювання макета [14] представлена на рисунку 3.

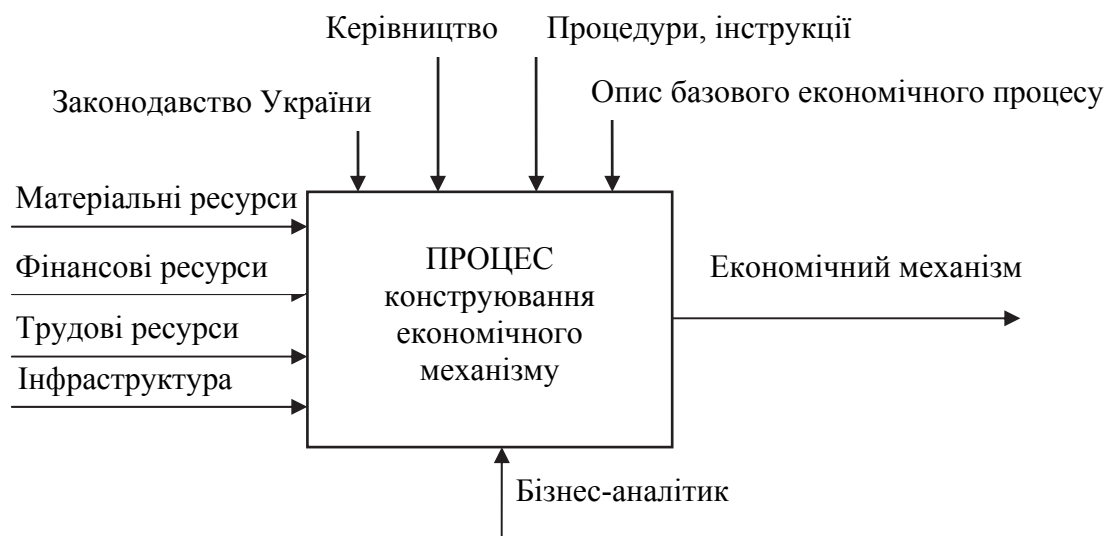


Рис. 3. Процес конструювання економічного механізму

Як видно із представленої діаграми, на вході процесу присутні розрізнені ресурси (може бути заданий якийсь ресурсний потенціал). На виході процесу маємо механізм – систему взаємозалежних і взаємодіючих ресурсів. Наприклад, для створення механізму інвестування проектів маємо:

– матеріальні ресурси – об'єкти, що здійснюють переміщення й накопичення інвестицій;

фінансові ресурси – певний потенціал, що включає кошти бюджету, пайові інвестиційні фонди, банки, кошти інвесторів і ін.;

трудові ресурси – персонал, зайнятий в інвестиційному процесі;

інфраструктура – сукупність нефінансових корпорацій, фінансових установ і взаємозв'язки між ними.

Під управлінням процесом розуміємо систему правил, необхідну для створення механізму інвестування.

Бізнес-аналітик провадить з'єднання зазначених ресурсів відповідно до прийнятих правил, у результаті чого формується економічний механізм енергозбереження (поєднуються матеріальні, фінансові, трудові ресурси й інфраструктура). Створений бізнес-аналітиком економічний механізм нерухомий – він не в змозі працювати самостійно. І тільки після вступу

відповідної програми (вказівок про те, як повинен відбуватися процес інвестицій, у який час, у якому напрямку й ким проводяться інвестиції) економічний механізм починає працювати. Слід зазначити, що запропонований макет механізму може бути використаний і для інших економічних процесів без істотних змін, тому що забезпечує консолідацію ресурсів і способи їх з'єднання.

Список литературы: 1. Хозяйственный механизм // Экономический словарь – Режим доступа: http://abc.informbureau.com/html/oicssenoaaiue_iaoaieci.html 2. Финансовый механизм // Энциклопедический словарь экономики и права – Режим доступа: http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_economic_law/17156/ 3. Абалкин Л.И. Что такое хозяйственный механизм? / Л.И. Абалкин – М.: Мысль, 1980. – 76 с. 4. Абалкин Л.И. На пути к реформе. Хозяйственный механизм развитого социалистического общества. Новый тип экономического мышления. Перестройка: пути и проблемы. / Л.И. Абалкин // Избранные труды. В 4-х тт. Т. II. – М.: Экономика. 2000. 5. Деревянко О. Организационно-экономический механизм планирования бизнес-процессов предпринимательских структур. Дис. ...канд. экон. наук. СПб., 2004 6. Райзберг Б.А. Хозяйственный механизм / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева // Современный экономический словарь – Режим доступа: <http://www.smartcat.ru/Referat/atvelramnz.shtml> 7. Якимкина Н.В. Экономический механизм антикризисного управления / Н.В. Якимкина // Справочник экономиста, №1, – 2007. – Режим доступа: http://www.profiz.ru/se/1_2007/ecmexantikriz/ 8. Райзберг Б.А. Механизм экономического / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева // Современный экономический словарь – Режим доступа: <http://www.smartcat.ru/Referat/xtiegramkc.shtml> 9. Измалков С.Б. Теория экономических механизмов (Нобелевская премия по экономике 2007 г. часть №1) / С.Б. Измалков, К.И. Сонин, М.М. Юдкевич – Режим доступа: <http://institutiones.com/theories/259-----2007---1.html/> 10. Бычкова А.Н. Экономический механизм: определение, классификация и применение / А.Н. Бычкова // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2010. № 4. С. 37-43 11. Кульман А. Экономические механизмы – М.: Издат. группа «Прогресс»; «Универс» – 1993. – 192 с. 12. Гуриев С. Экономический механизм сырьевой модели развития / С. Гуриев, А. Плеханов // Вопросы экономики – 2010. № 3. – С. 3-10 13. Иванов П. Глобализация и общество: проблемы управления / П. Иванов // Мировая экономика и международные отношения. – 2008. № 4. С. 3-15 14. Чаленко А.Ю. О неопределенности термина «механизм» в экономических исследованиях / А.Ю. Чаленко – 2010. – Режим доступа: <http://kapital-rus.ru/articles/article/176697/> 15. Курьян А.Г. Использование IDEF0 для описания и классификации процессов в рамках системы качества МС ИСО серии 9000 версии 2000 / А.Г. Курьян П.С. Серенков // МЕТОДОЛОГИЯ: Якість ведення бізнесу – Режим доступа: <http://www.management.com.ua/qm/qm014.html> 16. Павлова Н.Н. Маркетинг в практике современной фирмы: учебник для бизнес-школ / Н.Н. Павлова – М.: Изд-во НОРМА, 2005. – 384 с.